

ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL MERCADO TRADICIONAL DE LA TLAYUDA EN EL INGRESO DE LAS FAMILIAS DE SAN AGUSTÍN DE LAS JUNTAS, OAXACA

Mejía Ramírez Mónica Leticia¹

RESUMEN

Sobre los mercados tradicionales se han realizado estudios desde la perspectiva económica y social, sin ahondar en la cadena de valor de cada uno de los productos que en ellos se oferta, ni en el impacto económico que un producto en específico tiene sobre la población que lo produce (Whitaker y Cutler 1966, Colín 1987, Pardo-Núñez 2001). Dentro de los productos que se han comercializado en estos mercados tradicionales desde la época prehispánica, encontramos al maíz (*Zea mays L.*) cultivo que ha desempeñado un papel central en la alimentación, cultura y economía de nuestro país; y uno de los subproductos más importantes de este grano lo constituye la tortilla. En el municipio de San Agustín de las Juntas, Oaxaca, se ha observado que existe un gran número de mujeres que tienen como principal actividad económica la elaboración de tortillas tlayudas, que intercambian en diferentes puntos de la ciudad de Oaxaca, sin embargo ¿Existe un mercado tradicional de la tlayuda? definitivamente sí, desgraciadamente éste no ha sido caracterizado, estudiado, evaluado o valorizado, por lo que la pertinencia del desarrollo de esta investigación es innegable. El hecho de que este mercado tradicional de la tlayuda sea caracterizado, constituye una forma de apoyar a la conservación del patrimonio cultural inmaterial de nuestro estado. Para cumplir los objetivos de la presente investigación, se incluirán los enfoques cuantitativos y cualitativos, por lo que se ha desarrollado un diseño transeccional-descriptivo, con el propósito de describir las variables de mercado tradicional de la tlayuda e ingreso familiar, lo que permitirá analizar su incidencia e interrelación, para evaluar su impacto económico en el municipio de estudio, esto mediante el

¹ Licenciada en contaduría pública, estudiante de la maestría en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico. Instituto Tecnológico de Oaxaca. cp.monicamejia@gmail.com

uso de los siguientes instrumentos metodológicos: observación cualitativa, entrevistas semi-estructuradas, grupos de enfoque e historias de vidas.

Palabras Clave: Patrimonio Cultural, Mercado Tradicional, Tlayuda.

INTRODUCCIÓN

Los mercados tradicionales han sido, en Mesoamérica, importantes puntos de reunión que atraen a comerciantes y consumidores quienes en estos sitios se proveen de distintos tipos de productos, principalmente de perecederos propios de cada región. Sobre los mercados se han realizado estudios desde la perspectiva económica y la social, sin ahondar en la cadena de valor que cada uno de los productos que en ellos se oferta, ni en el impacto económico que un producto en específico tiene sobre la población que lo produce (Whitaker y Cutler 1966, Colín 1987, Pardo-Núñez 2001).

En las visitas realizadas al municipio de San Agustín de las Juntas se observó que existe un gran número de mujeres que tienen como actividad económica principal la elaboración de tortillas de maíz (tlayudas y blandas) que *intercambian*, algunas en el mismo municipio, otras en colonias y municipios cercanos y en un menor número otras lo hacen en los mercados tradicionales que existen en diferentes puntos de la ciudad de Oaxaca, sin embargo no se cuenta con un censo del número de mujeres tortilleras en el municipio, tampoco existe un estimado de la cantidad de maíz que se consume para la elaboración de las mismas, se desconocen las rutas de comercialización que las tortillas específicamente la tlayuda (por ser más representativa) sigue hasta el consumidor final, ni la cantidad de tortillas que se producen en el municipio, lo que no permite la valuación del impacto económico que tiene esta actividad y su relación con el ingreso familiar, el desarrollo social y el crecimiento económico del municipio.

En este punto es preciso señalar que para la siguiente investigación dentro de la palabra *intercambio* se incluyen a la comercialización y al trueque, con base por un lado a la observación realizada en las visitas al municipio y a las mujeres tortilleras y la forma en que se desenvuelven en los distintos mercados de la ciudad y, por el otro a la revisión del libro *Mercados de Oaxaca* de Diskin y Cook (1975), se decidió definir el término *intercambio* como aquella transacción que realizan los vendedores de los mercados de sus productos, ya sea para *feriar* o realizar trueque o cambio por otros productos o para obtener una contraprestación monetaria por el valor asignado a su producto, puesto que se ha identificado la realización de trueque con flores y frutos de cactáceas y agaves (Pardo-Núñez 2001), plantas como el xoconostle (Casas *et al.* 1997), el tempesquistle (González-Soberanis y Casas 2004), pochote (Avendaño *et al.* 2006) y, café, maíz y productos derivados de este último (Solís 2007).

Pese a su visible importancia, el estudio del comportamiento del mercado tradicional de la tlayuda no ha sido retomado en estudios anteriores, por lo que la presente investigación pretende analizar el impacto económico que el mercado tradicional de la tlayuda tiene en los ingresos de las familias del municipio de San Agustín de las Juntas, Oaxaca. Además de que el presente estudio serviría de apoyo a los que van encaminados al estudio del maíz (*Zea mays* L.), de manera específica al maíz criollo de la raza bolita, puesto que es el utilizado para la elaboración de las tlayudas y tradicionalmente, la respuesta de las comunidades campesinas a la incertidumbre en la disponibilidad de los recursos o ante el riesgo de perderlos se basa en el diseño de estrategias de aprovechamiento y manejo, no obstante se ha hecho evidente en los últimos años, el riesgo que corre esta raza de maíz específica al aumentar el consumo de tortillas, lo que supone un riesgo que amenaza una de las especies que han sido base de la cultura indígena de nuestra región. En este orden de ideas la demanda de ciertos productos en el mercado tradicional, como es la tlayuda, puede ser concretamente efectiva para determinar nuevas tasas de explotación de otros productos bases, como el maíz de raza bolita, para que

este pueda ser preservado y sobre todo no sea suplido por otros tipos de maíz, especialmente los transgénicos que han sido incorporados en el proceso. Por lo que evaluar los mercados tradicionales, el intercambio y las formas de los productos en ellos cobra relevancia en el desarrollo de propuestas e iniciativas con miras a optimizar las actuales técnicas de aprovechamiento de los recursos, con la finalidad de acercarse a un manejo sustentable de éstos.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

General: Analizar el impacto económico del mercado tradicional de la tlayuda en el ingreso de las familias del municipio de San Agustín de las Juntas, Oaxaca.

Específicos

- i. Caracterizar el mercado tradicional de la Tlayuda.
- ii. Describir el mercado tradicional de la tlayuda en el municipio de San Agustín de las Juntas, Oaxaca.
- iii. Describir las rutas de comercialización de la Tlayuda producida en el municipio de San Agustín de las Juntas, Oaxaca.
- iv. Determinar el impacto económico del mercado tradicional de la Tlayuda en el municipio de San Agustín de las Juntas, Oaxaca.

MARCO TEÓRICO

Patrimonio Cultural. El binomio Patrimonio y Cultura

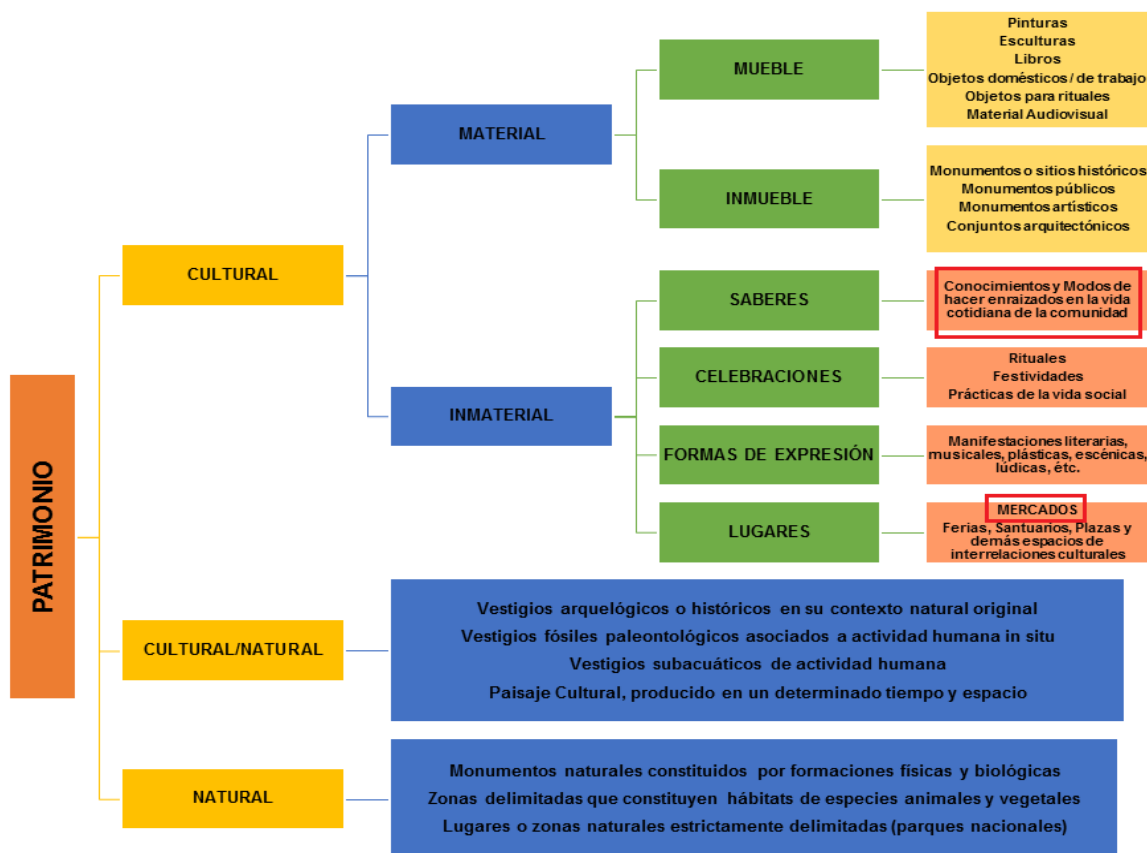
Patrimonio significa lo que se recibe de los padres y que por lo tanto nos pertenece por derecho, sin embargo, en un sentido amplio puede referirse también a una nación e implica no solo a los bienes materiales sino a los inmateriales y espirituales que le conciernen, y que forman un todo que caracteriza, diferencia e particulariza a una sociedad. En este sentido lo señalado por la UNESCO en la Convención de 1972, el Patrimonio Cultural está integrado por

todo aquello que a lo largo de la historia los hombres de un país han ido creando y que perdura en la actualidad.

Esto cobró relevancia después de la II Guerra Mundial, en donde después del desastre y las innumerables perdidas, se tomó conciencia del valor del patrimonio cultural ligado precisamente al concepto de identidad. Los devastadores resultados de la guerra dejaron en la sociedad mundial una necesidad imperiosa de recuperar su razón de ser, de la búsqueda de sus raíces, es decir, de rescatar su identidad. Esto provocó un fuerte quehacer tanto intelectual como político para cimentar lo que conformaría el patrimonio cultural, como resultado este se definió como aquellos elementos en los cuales se cimienta una identidad, en otras palabras, el patrimonio cultural es la manifestación viva de una identidad, que existe como un agente pasivo y cuya existencia es independiente a su reconocimiento o valoración, en este caso el agente activo lo conforma la sociedad, que es quien configura su patrimonio cultural, al identificar elementos a los que otorga valor y que reconoce como propios, estos con el tiempo se convierten en un referente de la identidad.

De lo anterior podemos concluir que el patrimonio cultural no se conforma solo de objetos del pasado, ni de las obras de sociedades desaparecidas, el patrimonio cultural es mucho más, es lo que engrandece y enriquece nuestra historia, a la que se van incorporando costumbres, tradiciones, creencias, celebraciones, objetos, incluso modismos, así como elementos ajenos que se procesan, adaptan y aceptan, todo esto conforma el patrimonio cultural. En este sentido, los mercados y tianguis constituyen en nuestro país, una parte importante del patrimonio cultural inmaterial.

Esquema 1. Clasificación del Patrimonio Cultural y Natural con base en Instrumentos Internacionales (UNESCO)



Fuente: Elaboración propia con base en UNESCO

Mercado

Concepto de Mercado

El concepto de mercado es tan amplio que su sola conceptualización bastaría para ser tema de investigación, es un elemento inherente al hombre y ligado a la satisfacción de sus necesidades, por ello la concepción más amplia del mercado surge cuando el ser humano se da cuenta que puede obtener productos que no posee intercambiándolos por alguna posesión similar en valor o cuantía. Esta situación ha permitido a los pueblos establecer una relación social que, a medida que evoluciona ha generado la aparición de otras actividades como el comercio, el cual se instaura para poner al alcance del *consumidor* aquellos productos que por

limitaciones espaciales o temporales no posee. Es entonces el mercado un tipo de relación social que pretende la satisfacción de necesidades básicas e incluso prolijas.

El concepto de mercado en México

En nuestro país el proceso habitual de compra y venta envuelve una variedad de colores, de sabores entre un devenir en una gran maraña de gente, que entre gritos, cantos y pregones ofrecen sus productos, entre ese bullicio vibrante se dan los regateos, intercambios, trueques, etc.; muy diferente al sofisticado ambiente que el comprar en supermercados ofrece, por lo que la experiencia de aventura que simboliza acudir a los *mercados público* instituye una de las más bellas costumbres en nuestro país, ésta sobrevive actualmente, apoyada por la vitalidad y las posibilidades de comunicación y convivencia que ofrece.

Por muchos años, los tianguis han sido parte de la historia y cultura de nuestro país, por lo que para conocer sobre ellos es importante remontarnos a la época prehispánica en donde se originaron, en donde los mexicas, establecidos en la región del altiplano central mexicano, los llamaban *tianquitzli*, que en náhuatl significa *mercado*, que consistía en un día de la semana donde productores de los alrededores se reunían en un lugar específico para intercambiar sus productos, el término fue evolucionando a la palabra *tianguis*, lo que hoy conocemos como mercado tradicional (Belluci, 2002; Iglesias, 2002).

Mercado Tradicional

Lo anteriormente expuesto concuerda con lo que Wright (2005) señala sobre que una cultura tiene una continua adaptación a cambios geográficos, políticos y sociales, lo que explica como el *tianquitzli*, evolucionó a lo que hoy por hoy denominamos *mercado tradicional*, el cual es definido como un espacio de expresión cultural, cuya historia está marcada por un proceso de cambios culturales, que son el resultado de modificaciones en las costumbres, creencias y

convencionalismos sociales que han reformado de forma gradual las costumbres de una población, generalmente estas alteraciones nacen por un acontecimiento trascendente en las condiciones de vida de una sociedad, como son las migraciones, catástrofes naturales, epidemias, guerras o los contactos con pueblos de culturas diferentes (como en el caso mexicano), lo que incita que las costumbres se modifiquen, adaptándose a las nuevas necesidades que le van trasformando a la par del desarrollo y evolución del sitio en el que se establecen (Murdok, 1975).

Fotografía 1. El mercado Benito Juárez de Oaxaca



Fuente: Mejía, M. (2017)

Lo que en la época prehispánica inicio como el tianquiztli se ha ido trasformando en lo que hoy llamamos mercado tradicional, del que cada uno de sus contextos culturales, geográficos y de temporalidad son diferentes, pese a ello aún persisten en estos mercados tradicionales rasgos de ese origen prehispánico, ejemplo de ello es el truque de productos tradicionales. En este sentido podemos definirlo como el espacio de expresión cultural, social, económica y ecológica de una comunidad en donde la función principal es el intercambio de diversos productos, son sitios específicos que albergan una rica y arraigada tradición que es parte fundamental de la identidad de un pueblo (Argueta, 1982; Veerkamp, 1982; Rodríguez y Gómez, 1996; Bellucci, 2002; Martínez, 2004).

En 1957 Bronislaw Malinowski y Julio de la Fuente presentaron su estudio denominado “La economía de un sistema de MERCADOS en México” en dicho tratado plantea la siguiente pregunta: ¿cuál es la función de los pequeños y numerosos mercados distribuidos por todo el valle de Oaxaca? Como respuesta tenemos el primer estudio de algunos de ellos y, en cierto modo, el paso inicial hacia un análisis de la interdependencia socioeconómica de las comunidades donde dan servicio tales mercados definidos como una concentración semanal de compradores y vendedores, es un emporio en gran escala y también abastece de una cantidad relativamente grande de dinero en efectivo. El mercado, tal como es, substituye durante un día a un establecimiento comercial extenso, con facilidades que no podrían repartirse en la semana.

Fotografía 2. Plaza en Tlaxiaco



Fuente: Mejía, M. (2017)

Por otra parte, Alejandro Marroquín realizaba en 1953 un trabajo auspiciado por el Instituto Indigenista, a fin de hacer investigaciones en Tlaxiaco, el mercado central de los pueblos del alta mixteca, y el estudio, publicado en 1957 se basó de modo primordial en los estudios tempranos de Malinowski y De la Fuente. El no menciona el termino mercado tradicional, en cambio caracteriza al mercado indígena, que para efectos de esta investigación es prudente abordar. Marroquín en su libro “La ciudad mercado Tlaxiaco” (1957) concluye que la importancia

de éste mercado radica en lo referente al estudio de las condiciones de vida de la población nativa, señala que es una realidad cambiante resultado de la constante influencia de la economía nacional que lo rodea y lo más importante es que dicho mercado compone un poderoso instrumento de cambio cultural.

En este sentido Martin Diskin y Scott Cook en su libro “Mercados de Oaxaca” (1975) realizan también un estudio en el mismo sentido que el de Malinowski – De La Fuente y Marroquín, y notan dos cosas evidentes, la primera, que el sistema de mercado tradicional de Oaxaca se conserva íntegro y vigoroso por lo que resulta un excelente ejemplo para el estudio de la naturaleza y sobre todo, el modo de operar de sistemas similares; la segunda, que estos mercados tradicionales son el resultado del ajuste del sistema tradicional a la economía moderna, dichos ajustes son importantes porque permiten comprender mejor el proceso de adaptación y el futuro del sistema tradicional.

Caracterización del mercado tradicional de la tlayuda

Situar a los mercados tradicionales en la trama de la economía de mercantilización resulta ser una tarea sumamente compleja, puesto que se carece de un modelo teórico específico para el caso mexicano (Smith, 1982), en el caso de los mercados tradicionales con influencia indígena, como lo son los del estado de Oaxaca, la faena se dificulta aún más, pese a ello Arellanes Cancino y Casas Fernández (2011) han logrado distinguir rasgos característicos que estos mercados tradicionales comparten, siendo estos los siguientes: a) Poseen un origen prehispánico; b) la realización de transacciones que implican un intercambio de productos a través de un aporte monetario y/o un canje de productos denominado trueque o feriado; c) son semanarios, es decir se realizan una o dos veces por semana; d) la presencia de numerosos vendedores de distintos orígenes, muchos de ellos mujeres, que traen recursos vegetales producidos o recolectados a baja escala provenientes de sus huertos familiares, de la parcela, o

de bosques circundantes; y finalmente, e) su entrelazamiento con un mercado globalizado, en donde se puede encontrar todo tipo de mercancías.

Fotografía 3. Vendedoras de Tlayudas en el mercado Benito Juárez, Oaxaca, México



Fuente: Mejía, m. (2017)

Es nuestro objetivo caracterizar que las formas de intercambio y/o comercialización de la tlayuda constituyen en sí un mercado tradicional, por lo que basándonos en lo anteriormente expuesto podemos concluir que: a) efectivamente, tiene un origen prehispánico, la tortilla, y en el caso particular de Oaxaca, la tlayuda constituye un producto derivado del maíz, que ha sido parte fundamental de la alimentación de los mexicanos desde varios años antes a la época de la colonia; b) la tlayuda, actualmente es uno de los productos más utilizados para realizar el famoso trueque; c) si bien la tlayuda se produce diariamente, esta se comercializa en los mercados tradicionales permanentes y semanales que existen en el estado; d) esta singular tortilla es característica de los Valles Centrales de Oaxaca, es egoísta afirmar que fue originada en un pueblo específico de estos Valles, pero es claro que se produce por un gran número de mujeres de esta zona específica; e) este producto se comercializa en los mismos sitios en donde podemos encontrar desde plantas comestibles, medicinales, de ornato, productos vegetales, animales, derivados del mar, hasta artesanías, ropa típica, comida regional e incluso

bisutería y artículos esotéricos, como es el caso del mercado Benito Juárez, uno de los más populares y con mayor tradición en nuestro estado.

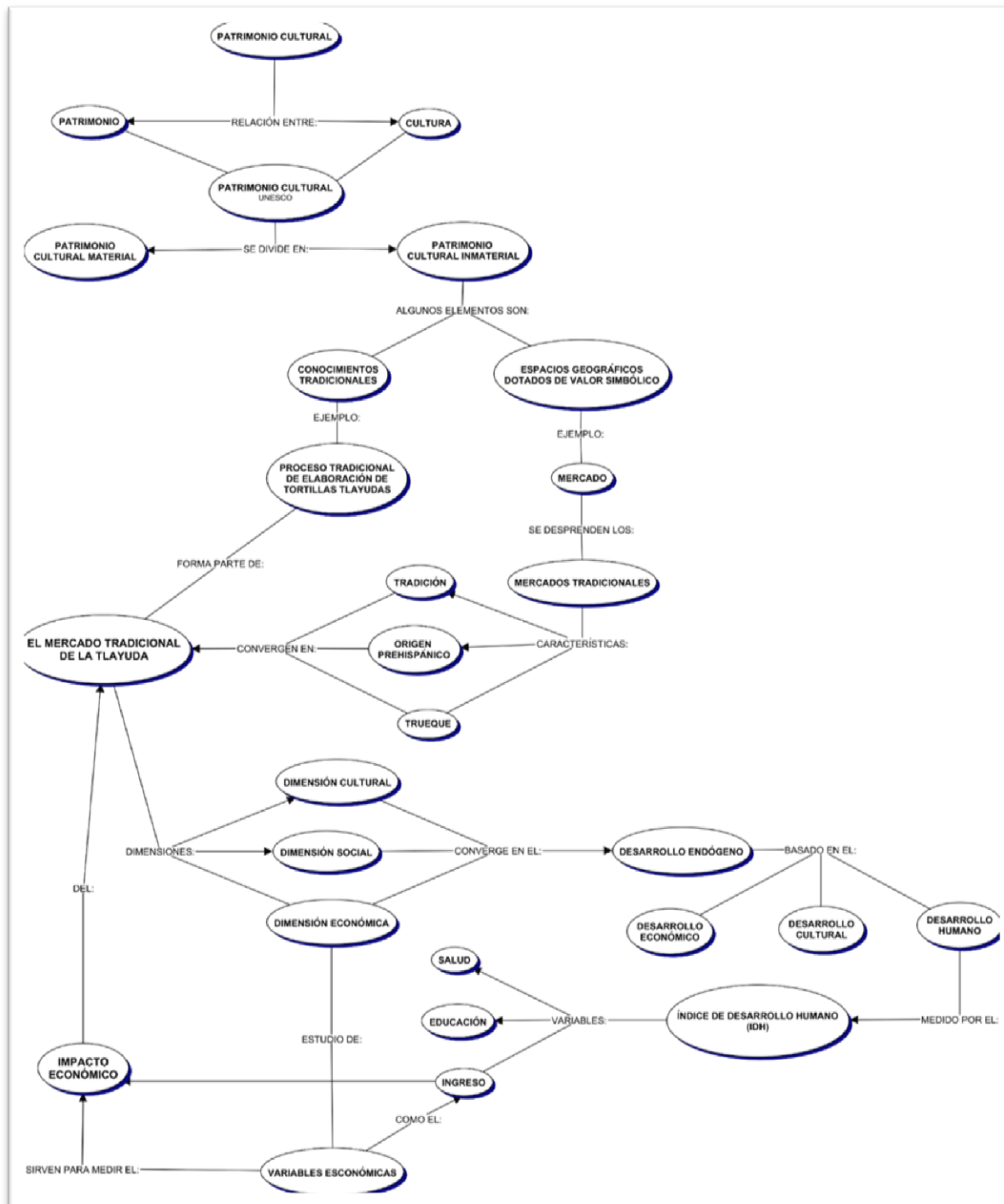
Esquema 2. Características del mercado tradicional



Fuente: Elaboración propia con base en bibliografía consultada

Derivado de la revisión bibliográfica de varios estudios sobre mercados tradicionales en el estado de Oaxaca, principalmente el de Malinowsky y De La Fuente; Marroquín, Diskin y Cook, y, Arellanes Cancino, para la presente tesis definiremos que Mercado Tradicional es una concentración de compradores y vendedores que intercambian atributos culturales, sociales y económicos que integran una tradición o herencia ancestral y que es parte fundamental de su identidad como pueblo. Este mercado tradicional consta de tres características principales: origen prehispánico, trueque y tradición. Y es así como llegamos a la caracterización del mercado tradicional de la tlayuda que es una concentración de, por un lado, mujeres que elaboran las tortillas como un mecanismo de obtención de ingresos en el que aprovechan sus capacidades y conocimientos aprendidos y ancestralmente heredados de generación en generación; y por el otro, de compradores, que acuden con las llamadas tortilleras para realizar un intercambio de tlayudas a través de un aporte monetario y/o un canje de productos, al que se le denomina trueque. Dicho concepto cumple las tres características principales de lo que es un mercado tradicional.

MODELO TEÓRICO



Fuente: Elaboración propia con base en literatura revisada de los siguientes autores: Albuquerque, F. (2004); Arellanes, Y. (2011); Arizpe, L. (1998); Boisier, S. (2004); Casas, A. (2011); Cook, S. (1975); De La Fuente, J. (1957); Diskin, M (1975); Malinowsky, B. (1957); Marroquín, A. (1957); Real Academia Española (2001), Sen, A. (1998); UNESCO (1972); Vázquez, A. (2007).

MARCO REFERENCIAL

Indicadores sociales

Indicadores sociodemográficos

El municipio de San Agustín de las Juntas, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010, efectuado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), la población total en el municipio es de 5,645 habitantes, de la cual 2,720 son del sexo masculino y 2,916 son del sexo femenino. Según datos de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) en el mismo año el municipio estaba catalogado con Población Indígena dispersa, un grado de marginación medio y una densidad de la población de 389.50 habitantes por km². De los 766 Hablantes de Lengua Indígena (HLI) que existen en el municipio, 402 tienen como lengua madre el zapoteco, en tanto que 158 el mixteco, el resto de la población no especifico su dialecto. Considerando que el objeto de la presente investigación se relaciona con actividades propias de los pueblos indígenas, serán los indicadores de proporcionados por CDI los que se habrán de considerar, entre los que destacan los siguientes:

Tabla 1. Población total y población indígena del municipio

Indicador	Total	Indígena
<i>Población</i>		
Total	4,970	766
0 a 4 años	566	93
5 años y más	4,370	673
12años y más	3,542	540
15 años y más	3,210	489

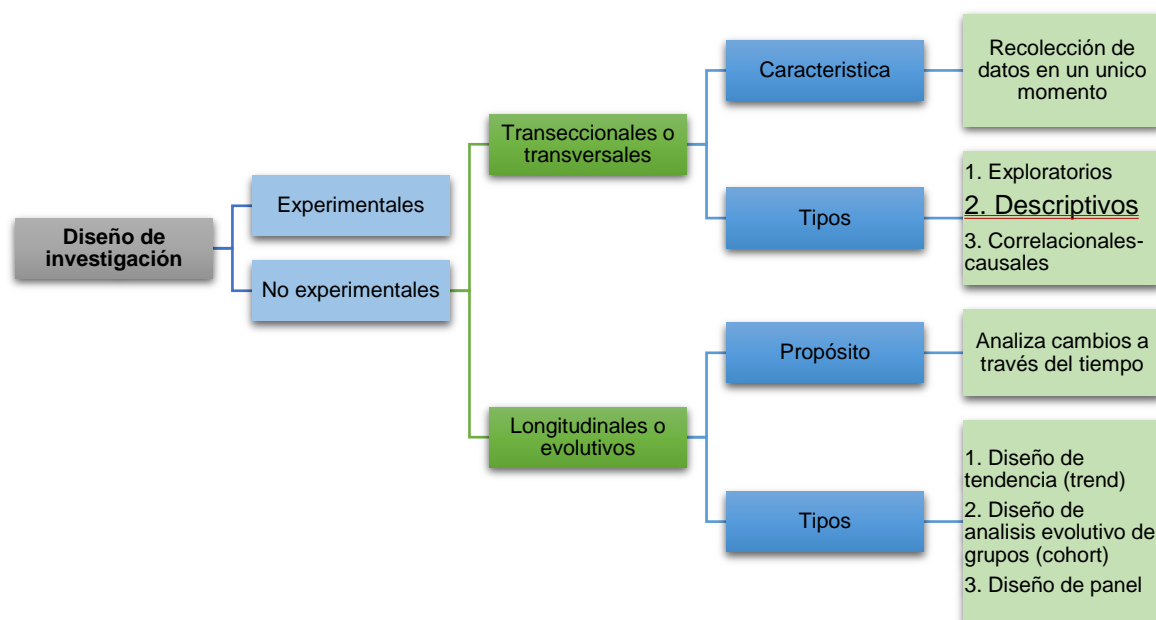
Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), 2010.

METODOLOGÍA

Para cumplir los objetivos de la presente investigación, ésta se desarrollará mediante una metodología mixta, que incluirá los enfoques cuantitativos y cualitativos. En el siguiente

esquema se describe la clasificación del estudio según por Sampieri (2006), en donde situamos la investigación como una del tipo *no experimental*, transversal y descriptiva, por estar enfocada a aportar evidencia respecto a los lineamientos del estudio a desarrollarse.

Diagrama 1. Tipo de Investigación



Fuente: Sampieri et al., 2006

La investigación será del tipo transeccional ya que parte de la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único con el propósito de describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un determinado momento, en este caso se describirán dos variables: *mercado tradicional de la tlayuda e impacto económico*; y descriptiva porque tiene como objetivo indagar la incidencia de las variables anteriormente señaladas en un sector de la población del municipio de San Agustín de las Juntas.

El trabajo propuesto es una investigación que, definida por Sampieri (2006), es un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno, en este caso, al

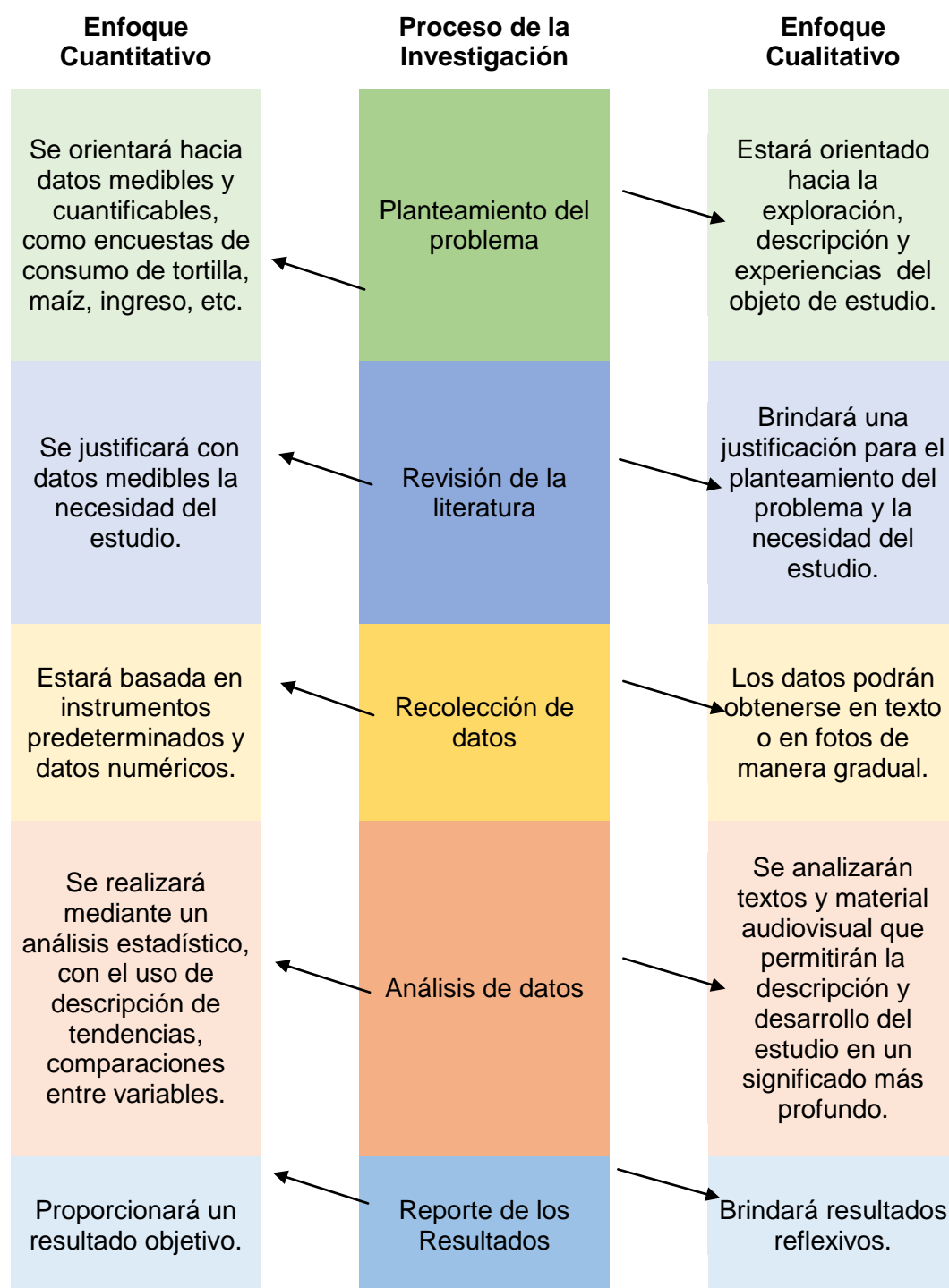
estudio del impacto económico del mercado tradicional de la tlayuda en el ingreso de las familias del municipio de San Agustín de las Juntas, Oaxaca. Dicha definición es válida para los dos enfoques desde los que se abordará el trabajo, el cuantitativo y el cualitativo; el primero es un proceso secuencial, es decir, cada etapa precede a la siguiente y mantiene un orden riguroso; mientras que el segundo es un proceso circular, en donde las etapas a realizarse interactúan entre sí y no siguen una secuencia rigurosa (Sampieri, 2006).

Diagrama 2. Etapas de la investigación



Fuente: Sampieri *et al.*, 2006

Diagrama 3. Diseño de la Investigación

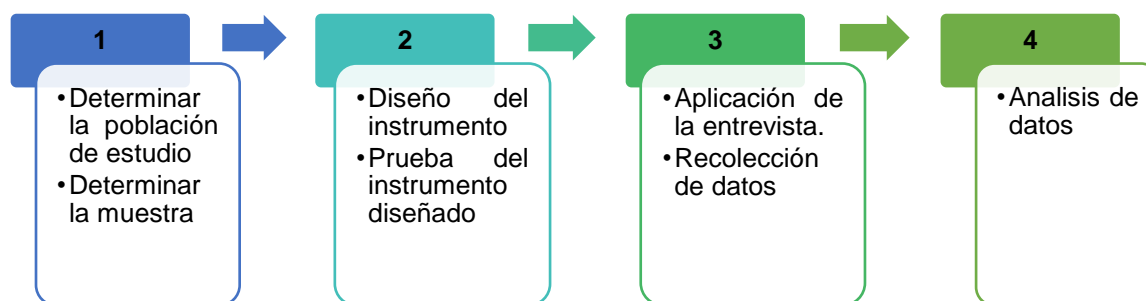


Fuente: Elaboración propia con base en Sampieri *et al.*, 2006

Instrumentos a utilizar

En la investigación propuesta se estudiará, mediante un proceso de observación, el *mercado tradicional* del municipio de San Agustín de las Juntas, Oaxaca, posteriormente se ubicarán los sitios en donde se localicen las mujeres que elaboran Tlayudas, esto mediante un recorrido a pie por las calles del municipio, en donde se preguntaran a los vecinos si conocen la ubicación de *tortilleras* (las mujeres que elaboran tortillas Tlayudas) en su calle, una vez localizadas las tortilleras se les realizarán entrevistas semi-estructuradas, que permitan conocer datos específicos sobre el producto como: tipo y origen del maíz utilizado; insumos requeridos para la producción; volumen de la producción (diaria, semanas, mensual); costos de producción; precios de venta; rutas de comercialización; tipos de medida, es decir cómo se venden las tlayudas ya sea por pieza, por cantidad de dinero (\$10.00 pesos de tlayudas, \$20.00 pesos de tlayudas, etc.); tipo de clientes; destino final de la producción; frecuencia de producción y venta; frecuencia con la que asisten al mercado; número de personas que intercambian el producto; entre otros datos. El trabajo de campo estará basado en el método de observación, observación participante y la aplicación de encuestas semi-estructurados, mencionadas anteriormente, las que se desarrollaran en las siguientes etapas:

Esquema 3. Etapas de la entrevista



REFERENCIAS

- Álvarez L. R.** 2006. Aplicaciones del maíz en la tecnología alimentaria y otras industrias. Molienda húmeda y molienda seca. En: *Serie de informes especiales de ILSI Argentina, Volumen II: Maíz y nutrición*. ILSI Argentina.
- Álvarez L. R.** 2006. *Las rutas, los productos y el comercio prehispánicos en el sur y sureste de Mesoamérica, un enfoque arqueológico*. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, Proveedora escolar. México.
- Aragón, C.F., s. Taba, J. M. Hernández, J. de D. Figueroa, V. Serrano y F. H. Castro.** 2006. *Catálogo de maíces criollos de Oaxaca*. INIFAP-SAGARPA. Libro técnico Núm. 6. Oaxaca, Oaxaca. México. 334p.
- Arellanes, Y.; Casas, A.** (2011). *Los mercados tradicionales del valle de Tehuacán-Cuicatlán: antecedentes y Situación actual*. Nueva Antropología, vol. XXIV, núm. 74, enero-junio, 2011, pp. 93-123. Asociación Nueva Antropología A.C. Distrito Federal, México.
- Arizpe, S., L.** 2009. *El patrimonio cultural inmaterial de México: ritos y festividades*. Cámara de Diputados, LX legislatura, México.
- Arriaga, L., J. M. Espinoza, C. Aguilar, E. Martínez, L. Gómez y E. Loa** (coords). 2000. *Regiones terrestres prioritarias de México*. CONABIO. México.
- Beals R. L.** 1975. El estudio de mercados en Oaxaca: su origen, ámbito y hallazgos preliminares. En: Diskin M., S. Cook. (Eds.) *Mercados de Oaxaca*. Págs. 54-73.
- Cámara de diputados. H. Congreso de la Unión.** Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. México. Febrero de 2007: *El mercado del maíz y la agroindustria de la tortilla*. Disponible en: <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0042007.pdf>
- CANAMI.** Cámara Nacional del Maíz Industrializado. 2016. Disponible en: <http://www.cnmaiz.org.mx/camara.html>

- Coutiño-Estrada B, G. C. Vásquez, B. M. Torres y Y. M. Salinas.** 2008. *Calidad de grano, tortillas y botanas de dos variedades de maíz de la raza comiteco*. Revista Fitotécnica Mexicana de Fitogenética. Año/vol. 31, número especial 3. Págs. 9-14.
- Diskin, M.; Cook, S.** (1975). *Mercados de Oaxaca*. Instituto Nacional Indigenista. México, D.F.
- FAO.** 1993. *El maíz en la nutrición humana*. Colección FAO: Alimentación y nutrición. No. 25. Roma, Italia. Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/T0395S/T0395S00.htm>
- Figueroa, J. D.C.; Martínez B.F., González H. J. Sánchez S. F., Martínez J. L. y Ruiz M. T.** 1999. *Modernización tecnológica del proceso de nixtamalización. Avance y perspectiva*. 13:323-329.
- Flores, V.; Ponce, J.; Ramírez, M.** 2007. *Situación del maíz y la tortilla*. Serie de reportes de investigación. Reporte de investigación Núm. 80. CIESTAAM. UACH.
- INEGI.** *Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática*. 2010. www.inegi.gob.mx
- Kato, T. A., C. Mapes, L. M. Mera. J. A. Serratos, R. A. Bye.** 2009. *Origen y diversificación del maíz: una revisión analítica*. Universidad Nacional Autónoma de México, Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. México, D.F. 116 pp.
- Lazos, E. y Chauvet, M.** 2011. *Análisis del contexto social y biocultural de las colectas de maíces nativos en México*. Proyecto Global de maíces nativos. Primer informe. Disponible en: http://www.biodiversidad.gob.mx/genes/pdf/analisis_socio_cultural_maices.pdf
- Marroquín, A.** (1957). *La ciudad mercado Tlaxiaco*. Comisión Nacional para los Pueblos Indígenas. México, D.F.
- Morris, L.; López, M. A.** 2000. *Impactos de mejoramiento de maíz en América Latina 1996-1997*. México, D.F. CIMMYT. 45 pp.
- Narváez, G. E. D.; Figueroa, C. J. D.; Taba, S.** 2007. *Aspectos microestructurales y posibles usos del maíz de acuerdo a su origen geográfico*. Revista Fitotécnica Mexicana de Fitogenética. Año/vol. 31, número especial 3. Págs. 321-325.

Ortega Paczka, R. 2003. *La diversidad del maíz en México*. En: Esteva, G. y Marielle, C. (Coords). *Sin maíz no hay país* (pp. 123-154). Culturas populares de México. México, D.F.

OIEDRUS-SAGARPA. 2007. *Tarjetas municipales de información estadística básica del estado de Oaxaca*. Tomo II. Consultado el 7 de octubre de 2016. Disponible en: <http://www.oiedrus-oaxaca.gob.mx/fichas/fichas.htm>

Rangel Meza, E.; Muñoz, A.; Vásquez-Carrillo, G.; Cuevas-Sánchez, J.; Merino, J.; Miranda-Colín, S. 2004. *Nixtamalización, elaboración y calidad de tortilla de maíces de Ecatlán, Puebla, México*. *Agrociencia* 38:53-61.

SAGARPA-SIAP. 2016. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera. *Anuario estadístico de la producción agrícola de los Estados Unidos Mexicanos*. Consultado el 12 de octubre de 2016. Disponible en: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/aegeum/2015/702825077280.pdf

Sampieri, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. McGraw-Hill Interamericana. México, D.F.

Serratos Hernández, J. A. 1993. *Análisis genético de algunas características bioquímicas y estructurales del grano de maíz (Zea mays L.) y su relación con la resistencia a la infestación de Sitophilus zeanae (Motsch)*. Tesis de Doctorado en Ciencias. Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del I.P.N. Unidad Irapuato. Guanajuato, México.

SIAP. 2008. Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera. *Situación actual y perspectivas del maíz en México 1996-2012*. Consultado el 12 de octubre de 2016. Disponible en:

http://www.campomexicano.gob.mx/portal_siap/Integracion/EstadisticaDerivada/ComercioExterior/Estudios/Perspectivas/maiz96-12.pdf

UNESCO. (2002). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Una visión, una plataforma conceptual, un semillero de ideas, un paradigma.*

Vargas, A.; Montaña, E. 2010. *Comida mexicana, patrimonio inmortal de la humanidad.*

Tomado del periódico “La Jornada” del 17 de noviembre de 2010. Disponible en:
<http://www.jornada.unam.mx/2010/11/17/politica/002n1pol>

Vázquez Barquero, A. (2007). *Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial.*

Investigaciones Regionales, núm. 11, 2007, pp. 183-210. Asociación Española de Ciencia Regional. Madrid, España.